



DIPREGEP N° 6571

Fundamento del Proyecto Docente

Unidad Curricular: Investigación de mercado

Carrera: Técnico Superior en Administración con orientación en Marketing

Lic. Victoria Talenton

El presente espacio curricular se encuentra dentro del 3º Año de la Carrera de Técnico Superior en Administración con orientación en Marketing y como tal, brinda conocimientos sobre una práctica propia de los futuros profesionales de la carrera: la investigación de mercado.

Si nos detenemos a contextualizar la comercialización como un proceso que ocurre dentro de una sociedad marcada por la información, en la que la economía está basada en ella y la utiliza como fuente de ventaja comparativa, veremos que la investigación de mercado cobra suma importancia dado que:

- nos relaciona con la información necesaria para identificar los problemas y oportunidades presentes en el mercado
- nos ayuda a evaluar y potenciar las acciones que se realizan en el mercado
- nos facilita datos en los que apoyarnos para definir líneas de acción.

Sin embargo, la internacionalización de los mercados ha avanzado vertiginosamente durante los últimos años, y pertenecer a un país emergente o en vías de desarrollo no parece ser la mejor característica para competir en el negocio de la consultoría o la investigación de mercados internacionales. Sostenemos que el secreto para llevar a cabo una buena investigación de mercados no sólo radica en la correcta aplicación de la técnica, sino también en la creatividad que se ponga en juego al momento

de aplicar las distintas estrategias de búsqueda, como un elemento fundamental para dar una mirada distinta sobre los datos e intentar descubrir cosas que se nos resisten.

Con el propósito de transferir habilidades, conocimientos y destrezas para realizar el diseño de una investigación, aplicar los procedimientos y técnicas, argumentar las decisiones metodológicas y dominar la comunicación del informe final, proponemos un recorrido que comienza reflexionando sobre la utilidad de la investigación en el marketing; avanzando luego sobre el proceso de la investigación de mercado: sus fases, su planeación y ejecución; aprender a definir el tipo de investigación en función de la definición del problema y los objetivos que nos planteemos; instruirnos sobre diversas técnicas como la entrevista, la observación, la encuesta y el grupo focal; evaluar las necesidades y fuentes de información; caracterizar el proceso de diseño de la muestra, el muestreo probabilístico y el no probabilístico y los errores muestrales; distinguir la recolección de datos primarios y secundarios, explicando su procesamiento y análisis; destacar la importancia y la función del informe final explicando su confección y presentación; y finalizar la cursada destacando el rol de la ética en la investigación de mercado.

El Técnico Superior en Administración con orientación en Marketing deberá ser capaz de ponderar la importancia de la investigación de mercado en la actualidad y sustentar los aspectos teóricos, creativos y críticos de la disciplina.

Se espera que los estudiantes cumplan con las lecturas pautadas y participen activamente en las clases, de forma que sumen una cuota de dinamismo a la exposición dialogada que realice el docente. Recurriremos a la confección de mapas conceptuales en el pizarrón par proporcionar una mirada integradora de la materia; también utilizaremos PPT para exponer conceptos teóricos, mostrar gráficos y tablas para ejemplificar la tarea de procesamiento de datos, videos de repaso de los contenidos abordados, y estudio de casos con debate grupal para conocer cómo se han trabajado los conceptos teóricos en diversas investigaciones.

Consideramos primordial el uso de medios informáticos por lo que lo implementaremos mayormente a través de la Plataforma Virtual donde compartiremos enlaces de Internet relacionados con cada uno de los temas del curso, de manera que tengan acceso a información lo más actualizada posible, y que irán siendo comentados y

debatidos a lo largo del desarrollo de las clases presenciales. Así mismo, como modo de fomentar la escritura académica, se solicitará la presentación, en ese espacio, de la elaboración de una reseña de lectura por unidad.